



# تربیت زیر سایه رسانه!

میزگردی با حضور کارشناسان تربیت و رسانه

(( تهیه و تنظیم: حسین غفاری / پژوهشگر تربیت رسانه‌ای ))

## بخش اول گفت‌وگوها

**غفاری:** به همه مهمانان گرامی خوشامد می‌گویم. در شرایطی قرار داریم که بچه‌ها بیشتر از همیشه با فناوری تنها مانده‌اند. نه راهنمای مصرف در اختیار دارند و نه نظارتی بر مصرف آن‌ها وجود دارد. ظاهراً عموم خانواده‌ها نسبت به این موضوع بی‌تفاوت شده‌اند. البته قطعاً خانواده‌هایی نیز هستند که رها نکرده‌اند و حساسیت خود را دارند، ولی بعید است که بتوانند با این اوضاع کاری انجام دهند. گویا در شرایط فعلی دو دسته خانواده داریم: خانواده‌هایی که نگران هستند و خانواده‌هایی که نگران نیستند؛ ولی فقط یک دسته از بچه‌ها وجود دارند، آن هم بچه‌هایی که در فضای رسانه‌ها رها شده‌اند! چون حتی خانواده‌های نگران هم ابزاری در دست ندارند و آموزشی ندیده‌اند. به نظرم خوب است درباره این موضوع صحبت کنیم: **دلایل اینکه خانواده‌ها مواجهه بچه‌ها با انواع فناوری‌های رسانه‌ها (انواع دستگاه‌ها، پلتفرم‌ها و محتواها) را مدیریت نمی‌کنند، چیست؟**

**واحدی:** زاویه دیگری که می‌توان از آن وارد بحث شد، این است که در گذشته دسترسی به ابزارها و دستگاه‌های دیجیتال و حضور در شبکه‌های اجتماعی و ... دارای ملاحظات سنی بود و دائماً بر رعایت این محدودیت‌ها تأکید می‌شد. حتی استانداردهای جهانی نیز حضور بچه‌های زیر ۱۶ سال را در بعضی شبکه‌ها اصلاً توصیه نمی‌کنند. اما شرایط آموزش در دوران بحران کرونا وضعیتی را ایجاد کرد که آموزش و تربیت همه بچه‌ها در همه سنین و حتی پیش‌دبستان، در شبکه‌های مجازی و مبتنی بر اینترنت اتفاق می‌افتد. خانواده‌ها و مدرسه‌ها ناگزیر شدند که آموزش را به این فضا ببرند. اصول تربیت رسانه‌ای، حضور کودکان را در این فضاها توصیه نمی‌کند، ولی شرایط کرونایی اقتضا می‌کند که آموزش یک کودک شش ساله در

اگر تا پیش از این، موضوع «تربیت فناورانه» یکی از چندین اولویت خانواده‌ها در مواجهه با فرزندان بود، در روزگار کرونایی و آمیخته شدن زندگی و تحصیل بچه‌ها با رسانه‌ها و فضای مجازی، تربیت فناورانه باید به اولویت اول تربیتی خانواده‌ها تبدیل شود. از آنجا که متأسفانه با کمبود محتوای عمومی و آموزش‌های همگانی در زمینه رویارویی کودک و نوجوان با فناوری‌های رسانه‌ای روبه‌رو هستیم، تصمیم گرفتیم با دعوت از کارشناسان این حوزه، درباره نگرانی خانواده‌ها و مدرسه‌ها و راه‌های مدیریت آن صحبت کنیم.

## معرفی اعضای میزگرد

- ❶ **دکتر مهدی واحدی**، استادیار گروه تکنولوژی آموزشی دانشکده علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی، و سردبیر مجله
- ❷ **دکتر سعید مدرسی**، دکترای علوم تربیتی، پژوهشگر و مدرس سواد رسانه‌ای، و مدیر مرکز تربیت رسانه‌ای باران
- ❸ **محمد لسانی**، کارشناس ارشد فرهنگ و ارتباطات، پژوهشگر و مدرس سواد رسانه‌ای، مدیر سابق فرهنگ‌سرای رسانه، و مدیر شبکه پژوهشگران آرایه
- ❹ **حسین غفاری**، معلم و پژوهشگر سواد رسانه‌ای، و دبیر بخش تربیت فناورانه مجله



دکتر مهدی واحدی

**در شرایط فعلی دو دسته خانواده داریم: خانواده‌هایی که نگران هستند و خانواده‌هایی که نگران نیستند؛ ولی فقط یک دسته از بچه‌ها وجود دارد، آن هم بچه‌هایی که در فضای رسانه‌ها رشد کرده‌اند!**

بستر برخط (آنلاین) اتفاق بیفتد.

به فضل خداوند بالاخره این دوران به پایان خواهد رسید، اما در دوران پسا کرونا، کودکان و نوجوانان از لحاظ عادت‌های رفتاری و شخصیتی شکل گرفته در تعامل با رسانه‌ها، به دنیای پیش از کرونا باز نخواهند گشت. آثاری که از این دوران باقی خواهند ماند، نگرانی‌های تربیتی را برای خانواده‌ها و متولیان آموزش و تربیت بسیار جدی‌تر می‌کنند. واقعاً چه باید کرد که کمترین آسیب را از این دورانی که بچه‌ها به اجبار وارد فضای مجازی شده‌اند، متحمل بشویم؟

**لسانی:** اولین نکته این است که گویا در ذات موضوع «تربیت فناورانه»، نوعی شیفتگی به «فناوری» وجود دارد و ناخودآگاه جنبه‌های دیگر تربیت مغفول مانده‌اند. باید ببینیم «تربیت غیرفناورانه» شامل چه مواردی هستند و آیا والدین و آموزگاران از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های آن آگاه‌اند یا خیر. به نظر بنده باید به این موضوع به صورت یک مجموعه درهم پیچیده نگاه کنیم. باید ابتدا منظومه کلان تربیتی احصا شود و نقش و وزن فناوری و جایگاه آن در منظومه مشخص شود. برخی از بخش‌های تربیت فناورانه می‌توانند زیر اصول کلی‌تری قرار گیرند که این بخش فناوری و غیرفناوری ندارد. مثلاً مهارت ارتباط و احترام، فناورانه و غیرفناورانه ندارد و چه در عالم دیجیتال و چه در عالم واقع می‌تواند محقق شود. به همین دلیل لزوماً همه جوانب تربیتی به فناوری مرتبط نیستند و باید اصولی را به رسمیت بشناسیم.

نکته بعدی این است که: ما فناوری را چه می‌دانیم؟ خیلی‌ها ممکن است تجسد فناوری را در اینترنت ببینند. در حالی که طبق چیزی که در عالم واقع اتفاق می‌افتد، جایگاه تلویزیون در خانواده برای والدین و کودک و نوجوان بیش از دنیای اینترنت است. هشت دسته ابزارها و قالب‌های رسانه‌ای، یعنی کتاب، روزنامه، مجله، رادیو، تلویزیون، سینما، اینترنت و تلفن همراه، سبد رسانه‌ای گسترده‌ای را در مقابل فرزندان ما قرار داده‌اند. پس رسانه فقط به اینترنت محدود نمی‌شود؛ گرچه یکی از آن‌ها می‌تواند اینترنت باشد. وقتی به سنت‌های ارتباطی نگاه می‌کنیم، رسانه‌های تصویری و به خصوص تلویزیون را حوزه‌ای جدی می‌یابیم. این دو نکته می‌توانند مقداری به ما برای ورود به بحث سمت‌وسو بدهند.

**مدرسی:** در بحث تربیت فناورانه و تربیت رسانه‌ای، دو نوع ورود داریم: یکی ورود به بحث از سمت رسانه است و دیگری ورود به بحث از سمت تربیت. به نظر بنده اول باید هسته بحث را در بیاوریم. درد ما در حال حاضر چیست؟ درد ما فناوری است یا تربیت فناورانه؟ ما موجودی به

نام «متربی» داریم که یک «وضع موجود» دارد و یک «وضع مطلوب» برای او متصور است. فرایندی نیز باید طی شود تا وضع موجود به وضع مطلوب تبدیل شود. روی این فرایند می‌توانیم نام‌های متفاوتی مثل «رشد» یا «تربیت» بگذاریم. اما عواملی که روی این رشد می‌توانند اثر بگذارند، کدام‌اند؟

اولین بستر اثرگذار «خانواده» است. فرزندان در سنین پایین‌تر بیشترین اثر را در شکل‌گیری هویت از خانواده می‌گیرند. هر قدر مسیر رشد فرزند به پیش می‌رود، عوامل اثرگذار بیشتری فعال می‌شوند. وقتی فرزند از حدود هفت سالگی عبور می‌کند، عامل دیگری به نام «مدرسه» و در کنار آن «گروه هم‌سالان» نیز اضافه می‌شوند. در ادامه، عامل دیگری که حاکم بر این فضا است نیز اضافه می‌شود که همان «جو جامعه» است. در همین بین و حوالی حدود ۸-۷ سالگی که بچه وارد مدرسه می‌شود، تقریباً عامل جدیدی به نام «رسانه» ظهور می‌کند. درست است فرزندان ما از حدود دو سالگی درگیر رسانه هستند، ولی در سنین ۸-۷ سالگی این عامل نقش پررنگ‌تری پیدا می‌کند و به مقداری می‌رسد که تقریباً از دست خانواده‌ها خارج می‌شود.

حرف ما این است که اگر بخواهد این سیر تربیتی درست طی بشود، باید ببینیم خانواده که ولی تربیتی است، چه دانش‌ها، نگرش‌ها و مهارت‌هایی باید داشته باشد. احساس من این است که وقتی از رسانه و فناوری شروع کنیم، در مسیر گم می‌شویم و به راهکارهایی صرفاً از منظر فناورانه خواهیم رسید. بسیاری از چالش‌های تربیت فناورانه بچه‌های ما ریشه در نقص‌های تربیت‌های غیرفناورانه در محیط حقیقی آنان دارد. به قول یکی از استادان، فرزند ما در «اینستاگرام» به دنبال جمع کردن «لایک» است، چون در زندگی واقعی و حقیقی خود از والدین خود لایک دریافت نمی‌کند.

**غفاری:** اجازه می‌خواهم که سؤال خودم را مجدداً تکرار کنم: آیا می‌توانیم زمینه این بی‌تفاوتی و بی‌توجهی خانواده‌ها نسبت به استفاده کردن فرزندان خود از رسانه‌ها را کشف کنیم؟ با تشخیص این زمینه‌ها شاید بتوانیم راه‌حل‌هایی پیدا کنیم که هم حساسیت خانواده‌ها بالا برود و هم آن‌ها بتوانند کاری در این زمینه انجام دهند. چون شرایط پیش رو شرایطی نیست که مدرسه بتواند تسلطی بر بچه‌ها داشته باشد. به نظر می‌رسد که اگر با خانواده صحبت نکنیم، حرف‌های خود را نمی‌توانیم اثربخش کنیم.

**لسانی:** پس ما این مفروض را داریم که: خانواده‌ها در حال حاضر بی‌توجه هستند و ما باید گرهی را از دست و پای والدین باز کنیم. این گره می‌تواند بینشی، گرایشی



»»  
**بسیاری از  
 چالش‌های تربیت  
 فناوریانه بچه‌های  
 ما ریشه در  
 نقایص تربیت‌های  
 غیرفناورانه در  
 محیط حقیقی آنان  
 دارد**  
 ««

می‌شناسید؟ آیا سیر رشد را می‌شناسید؟ آیا درکی از وضع مطلوب تربیتی او در همین موقعیت دارید؟ اگر پدر و مادر هستید، جایگاه خود را ببینید و سعی کنید ظرفیت اثرگذاری خود را به بالاترین حد برسانید. والدین باید درک عمیقی از ساحت‌های تربیتی پیدا کنند؛ درک عمیقی از سایر عوامل اثرگذار پیدا کنند. همچنین والدین باید به درک عمیقی از رسانه رسیده باشند. تربیت فرزند در دوران حاکمیت رسانه‌ها بسیار سخت است. یک مربی هم که می‌خواهد اثرگذار باشد و به تربیت فناورانه بپردازد، بدون کمک والدین نمی‌تواند کاری انجام دهد. به همین دلیل مربی سواد رسانه‌ای هم با خواندن بخشی از درس‌های علوم ارتباطات نمی‌تواند کاری از پیش ببرد. باید در سواد رسانه‌ای نگاه تربیتی داشت و همه عوامل تربیت را دخیل دانست.

**لسانی:** خیلی از زمینه‌های تربیت از گفت‌وگوی بین فرزند و والدین درمی‌آید. مثلاً سن متوسط بازیکنان بازی‌های دیجیتالی در ایران حدود ۱۹-۱۸ سال شده است، در حالی که در کشورهای دیگر خیلی بالاتر است. به غیر از دلایل فرهنگی، یکی از دلایل بالا بودن سن بازیکنان در کشورهای دیگر، انجام بازی به شکل خانوادگی است. بچه‌ها در هیجان بازی، احساسات و شخصیت واقعی خود را بروز می‌دهند و در سرخوشی دیجیتالی، برخی از گرایش‌ها و علاقه‌های خود را ظاهر می‌کنند. در جریان همین بازی‌ها، والدین کمبودهای شخصیتی فرزندان را کشف می‌کنند؛ چون حین بازی گفت‌وگو می‌کنند. نه گفت‌وگوی بازخواستی و بازجویی که خیلی اوقات جواب هم نمی‌گیرد، بلکه گفت‌وگوی همدلانه و مثبت که به برقراری ارتباط مؤثر منجر می‌شود.

**لطفاً ادامه گفت‌وگو را در شماره بعد مطالعه کنید.**

یا کنشی باشد. اما در حقیقت پدر و مادر در ساختاری قرار دارند که امکان عمل وجود ندارد. ما پدر و مادرهایی داریم که به‌واسطه درگیری در مشکلات فراخانوادگی، مثل محیط پرتبوتاب اشتغال، وظایف خانوادگی خود را نمی‌توانند به‌خوبی انجام دهند.

**مدرسی:** والدین همین‌طور درگیر اقتضات نسلی خود هم هستند و شکاف دیجیتالی عمیقی بین آن‌ها و فرزندان‌شان وجود دارد. کودکان در درک ابزارها و امکانات دیجیتالی به مراتب جلوتر از آنان هستند و چنین والدینی، مرجعیت تربیتی خود را از دست می‌دهند.

**لسانی:** بنده با بی‌توجهی مطلق والدین مخالف هستم. ما والدین دغدغه‌مندی داریم که هنوز نمی‌دانند گلوگاه یا مرکز ثقل ورودشان کجاست. محل اعمال دغدغه خود را نمی‌دانند کجاست. در میدان عمل، گزینه‌هایی به‌عنوان راه‌حل وجود دارند، اما یا در شناخت گزینه و یا در نحوه اعمال آن گزینه مشکل دارند.

به نظر می‌رسد یک مشکل جدی والدین، گفت‌وگو با فرزندان است. گفت‌وگو درباره همه‌چیز و گفت‌وگو درباره رسانه‌ها. آدمی که گفت‌وگو ندارد، نمی‌داند از کجا باید ورود پیدا کند. یکی از پرطرفدارترین بازی‌های نوجوانان ایران «کلش آف کلنز» بود. شما برای نظارت وقتی به گوشی بچه نگاه می‌کنید، می‌بینید که درگیر یک بازی راهبردی (استراتژیک) است. در حالی که من با یک بچه ۱۲ ساله گفت‌وگو کردم که می‌گفت: من تا فلان مرحله این بازی می‌روم و آن را به قیمت یکی دو میلیون تومان می‌فروشم و در طول ماه حدود دو میلیون درآمد دارم. این موارد با گفت‌وگو قابل فهم‌اند. یا مثلاً همین بازی یک بخش گفت‌وگوی بازیکنان با هم دارد که هیچ محدودیتی روی آن اعمال نمی‌شود و متأسفانه بسیار پراسیب است. والدین این چت را نمی‌بینند و فقط بازی کردن فرزندان خود را می‌بینند. پس حتی والدین دغدغه‌مند نمی‌توانند ورود آگاهانه داشته باشند، مگر اینکه با بچه‌ها وارد گفت‌وگو شوند.

**مدرسی:** به نظر بنده دوره پسا کرونا دوره فعال شدن ظرفیت‌های تربیتی والدین و خانواده است. یعنی قبلاً در فضای تربیت رسمی، ۲۰ درصد خانواده و ۸۰ درصد مدرسه نقش داشت. خانواده‌ها بچه را به مدرسه می‌سپردند که بتوانند به کارهای خود برسند. ولی بچه الان در خانه است! به این ترتیب شاید این دوران باعث شود که این نسبت‌ها برگردد و ۷۰ درصد خانواده و ۳۰ درصد مدرسه نقش داشته باشند. شاید بهتر بگوییم به خانه برگشتن مادران دغدغه‌مند رویه‌رو شویم و مادران برای تربیت فرزندان خود از کارهای دیگر صرف‌نظر کنند.

در اینجا باید بازنگری رخ دهد که آیا فرزند خود را